

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN

PT.JAWA POS EKSPEDISI MANDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :
TANIA SAFITRI
NPM.1042010016

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2014

LEMBAR PERSETUJUAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN
PT. JAWA POS EKSPEDISI MANDIRI

Disusun Oleh :
Tania Safitri
NPM. 1042010016

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA

Dr.Jojok.D.Sos.,M.Si
NPT.370119500421

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati.,M.Si
NIP. 1955907181983022001

LEMBAR PENGESAHAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN
PT. JAWA POS EKSPEDISI MANDIRI

Disusun Oleh :

Tania Safitri
NPM. 1042010016

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal, 18 Juli 2014

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Dr. Jojok.D.,S.sos.,M.si
NPT.370119500421

Dr. Jojok. D. S.Sos. M.Si
NPT.370119500421

2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini.M.Si
NIP.196503261993092001

3. Anggota

RY.Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 372069500461

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati..M.Si
NIP. 1955907181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr.Jojok D.,S.Sos.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan saran sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, diantaranya :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

5. Bapak Chusnul Latief selaku narasumber dan pembimbing selama melakukan penelitian di PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri.
6. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Peneliti Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	10
2.2.3 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.4 Strategi Pemasaran	13

2.2.5	Bauran Pemasaran	13
2.2.6	Pemasaran Jasa.....	17
2.2.6.1	Pengertian Jasa	17
2.2.6.2	Karakteristik Jasa	18
2.2.7	Kualitas Pelayanan	20
2.2.7.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	20
2.2.7.2	Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	22
2.2.7.3	Mengukur Kualitas Pelayanan	23
2.2.8	Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.8.1	Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan	27
2.2.8.2	Konsep Pengukuran Kepuasan.....	28
2.2.8.3	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2.8.4	Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....	33
2.3	Kerangka Berpikir.....	35
2.4	Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel.....	43
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel.....	43

3.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4	Uji Kualitas Data.....	45
3.4.1	Uji Validitas	45
3.4.2	Uji Reliabilitas	46
3.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	49
3.5.1	Teknik Analisis Linear Berganda.....	49
3.5.2	Koefisien Determinasi.....	49
3.5.3	Pengujian Hipotesis	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	54
4.1.1	Sejarah PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri	53
4.1.2	Visi dan Misi.....	55
4.1.3	Struktur Organisasi	57
4.2	Karakteristik Responden.....	58
4.3	Penyajian Data.....	59
4.3.1	Deskripsi Variabel Bukti Fisik (Tangible).....	60
4.3.2	Deskripsi Variabel Empati (Empathy)	61
4.3.3	Deskripsi Variabel Keandalan (Reliability)	62
4.3.4	Deskripsi Variabel Daya Tanggap (Responsiveness).....	63
4.3.5	Deskripsi Variabel Jaminan (Assurance)	64

4.3.6	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	65
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
4.4.1	Uji Validitas	66
4.4.2	Uji Reliabilitas	69
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1	Uji Multikolonieritas	70
4.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	71
4.4.3	Uji Autokorelasi.....	73
4.4.5	Uji Normalitas.....	74
4.6	Hasil Analisis Linier Berganda	76
4.7	Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.8	Uji Hipotesa.....	79
4.7.1	Uji F.....	80
4.7.2	Uji t.....	82
4.9	Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Agen PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri	4
Tabel 4.1	Responden Menurut Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2	Responden Menurut Umur	58
Tabel 4.3	Responden Menurut Bidang Usaha.....	59
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Bukti Fisik (Tangible) (X_1)	60
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Empati (Empathy) (X_2).....	61
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Keandalan (Reliability) (X_3).....	62
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Daya Tanggap (Responsiveness).....	63
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Jaminan (Assurance).....	64
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	65
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (Tangible) (X_1)	67
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Empati (Emphaty) (X_2)	67
Tabel 4.12	Uji Validitas Variabel Keandalan (Reliability) (X_3)	67
Tabel 4.13	Uji Validitas Variabel Daya Tanggap (Responsiveness) (X_4).....	68
Tabel 4.14	Uji Validitas Variabel Jaminan (Assurance) (X_5)	68
Tabel 4.15	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolonieritas	71
Tabel 4.18	Hasil Uji Heterokedastisitas	72
Tabel 4.19	Hasil Uji Autokorelasi	73

Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.21	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi (R^2).....	79
Tabel 4.23	Hasil Perhitungan Uji F	80
Tabel 4.24	Hasil Perhitungan Uji t.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Agen PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri	36
Gambar 3.1 Kurva Uji F	51
Gambar 3.2 F tabel.....	51
Gambar 3.3 Kurva Uji t	53
Gambar 3.4 t tabel.....	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri	57
Gambar 4.2 Grafik Statistik Heterokedastisitas	72
Gambar 4.3 Grafik Normalitas	75
Gambar 4.4 Grafik Statistik Normalitas	76
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F	81
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_1	83
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_2	84
Gambar 4.8 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_3	85
Gambar 4.9 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_4	86
Gambar 4.10 Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_5	87

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PT. JAWA POS EKSPEDISI MANDIRI.

Oleh :
Tania Safitri
NPM.1042010016

ABSTRAKSI

PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri telah mengupayakan memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan namun dalam perjalanannya sering mendapat keluhan dari pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai (1) Untuk mengetahui apakah Bukti Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri. (2) Untuk mengetahui Bukti Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri.

Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Jumlah responden yang ditentukan sebanyak 81 responden. Penentuan sampel menggunakan metode Simple Random Sampling, yang artinya pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial variabel Bukti Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan variabel Empati (Empathy) tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan berwujud

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PT. JAWA POS EKSPEDISI MANDIRI.

Oleh :
Tania Safitri
NPM.1042010016

ABSTRACT

PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri has strived to provide service to meet the needs of customer's satisfaction. However in the process there is often complaint from customer.

The research is done with the objectives (1) To recognized the effect of tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance simultaneous to the customer's satisfaction of PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri. (2) To recognized the effect of reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible partially to the customer's satisfaction to services of PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri.

The research is a Quantitative research. Total respondents taken are 81 respondents, the sample determined by using Simple Random Sampling. Means that sample is chosen by population randomly. Without retire of grade's population. Analysis technique applied is multilinker preceded.

The result of this research indicate that tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance simultaneous have significantly effect to customer satisfaction. Partially, tangible, reliability, responsiveness, assurance have significantly effect to customer satisfaction. While empathy does not have significantly to the customer satisfaction

Keys : customer's satisfaction, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Untuk menghadapi persaingan yang sangat kompetitif, setiap perusahaan harus berusaha keras untuk menarik dan merebut simpati calon konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Hasan (2009), syarat yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Perusahaan memang sudah seharusnya berusaha untuk membangun pelanggan-pelanggan yang setia, meskipun begitu kesetiaan akan tidak sebegitu kuatnya sehingga pelanggan dapat menahan godaan dari produk pesaing yang mendatangi mereka dengan proposi nilai-nilai yang lebih kuat serta dapat memberikan pelanggan semua yang telah mereka dapatkan sekarang ini ditambah memberikan pelanggan semua yang telah mereka dapatkan sekarang ini ditambah dengan keuntungan-keuntungan lainnya (Kotler, 2003).

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang efektif, meliputi juga upaya mencari pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada.

Mempertahankan pelanggan yang sudah ada merupakan suatu tugas yang tidak mudah, sebab perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun perubahan kondisi lingkungan (Kotler, 2003).

Menurut Irawan (2008 : 37) kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan itu baik dan memuaskan maka akan berpengaruh pada peningkatan laba bagi perusahaan. Dengan mengutamakan pelayanan yang baik maka pembeli akan memudahkan perusahaan mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba yang maksimal melalui peningkatan jumlah pembeli atau konsumen. Berdasarkan uraian diatas, banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya Tangibles, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan, dan penampilan karyawan. Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Responsiveness yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membentuk pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Assurance meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam

memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Emphaty yaitu pelanggan secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Dalam bidang jasa, kepuasan konsumen sangat bergantung, terhadap kualitas layanan yang diberikan. Apabila kita kaji lebih dalam, kepuasan pelanggan tersebut akan berdampak lebih jauh lagi pada kesetiaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan kesetiaan konsumen, dapat dikatakan bahwa hal tersebut adalah wujud nyata dari keberhasilan suatu perusahaan jasa dalam menjalankan segala kegiatannya.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri yang merupakan perusahaan pendistribusi surat kabar harian Jawa Pos. PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri selalu mementingkan suatu pelayanan yang baik untuk dapat mempertahankan pelanggan.

Permasalahan yang sekiranya menjadi kendala sebisa mungkin diminimalisir. Karena kepuasan pelanggan menunjukkan kualitas suatu perusahaan.

Dalam proses pendistribusian tentunya akan mengalami beberapa kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Kendala eksternal

diantaranya cuaca maupun keadaan lalu lintas yang sulit ditebak. Sedangkan masalah internal kerap terjadi pada proses pencetakan koran, diantaranya adalah terlambatnya berita yang masuk ke redaksi Jawa Pos, hal ini tentu akan memperlambat proses pencetakan, sehingga proses pendistribusian diundur.

Hal tersebut merupakan permasalahan yang kerap kali terjadi dan terkadang dikeluhkan oleh agen Jawa Pos, tetapi PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri selalu berupaya semaksimal mungkin agar konsumen tidak kecewa dan tetap menjadi pelanggan setia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah agen Jawa Pos yang menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Berikut akan dijelaskan melalui tabel, jumlah agen PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri untuk wilayah Surabaya pada tahun 2009 sampai 2013.

Tabel 1.1
Agen PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri Untuk Daerah Surabaya
tahun 2009 – 2013

Tahun	Jumlah Agen
2009	330
2010	380
2011	390
2012	410
2013	430

Sumber : Data pemasaran PT. Jawa Pos wilayah Surabaya.

Dari Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah agen PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri. Tapi hal ini tak lantas menjadikan perusahaan cepat puas. meningkatkan kinerjanya dalam kondisi persaingan

yang kompetitif untuk menciptakan kepuasan pelanggan demi tercapainya tujuan perusahaan. Maka dari itu perusahaan selalu berinovasi dan mempertahankan kredibilitasnya agar konsumen dalam hal ini adalah agen Jawa Pos tetap menjadi pelanggan setia.

Dengan latar belakang di atas, penulis mengambil judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka dapat disusun suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri ?
2. Bukti Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (Tangible), Empati (Empathy), (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri.

2. Bukti Fisik (Tangible), Empati (Empathy), (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jawa Pos Ekspedisi Mandiri.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

1. Secara teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga dapat membandingkan antara teori yang diperoleh dalam kuliah dan praktek di lapangan. Dapat berguna sebagai tambahan referensi bagi penelitian dengan tema yang sama di masa yang akan datang.
2. Secara praktis, yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan dan digunakan sebagai sumber informasi bagi penyusunan rencana strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan datang.